

A COMPLEXIDADE SEMÂNTICA DO ELEMENTO QUANDO EM PEÇAS PUBLICITÁRIAS.

Aparecida da Penha Krohling Christ
Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos - UFES
Vitória, Espírito Santo, Brasil
cidinhakrohling@hotmail.com

RESUMO

Dentro da perspectiva da Teoria Funcionalista da linguagem, seguimos a proposição de Givón (2001) com o objetivo de analisar o uso da conjunção subordinativa **quando** além do prototípico, conjunção subordinativa adverbial temporal, em peças publicitárias em diversas formas de veiculação e uso. Buscamos averiguar se o uso menos prototípico desse elemento, como por exemplo, sua utilização em orações subordinadas adverbiais condicionais ou a ocorrência concomitante dos aspectos temporal e condicional em algumas orações, poderiam ser explicadas a partir de alguns princípios funcionalistas, tais como a prototipia e a marcação.

APRESENTAÇÃO

Este trabalho tem por objetivo desenvolver um estudo dos fenômenos relacionados à subordinação na publicidade, especificamente, os presentes nas orações adverbiais introduzidas pela conjunção **quando**. O que motivou essa tarefa foi a proposta de Neves (2000), que sugere a existência de outras relações semânticas, além da prototípica temporal, no uso da conjunção.

Partimos da linguagem em seu uso para a escolha e a análise do *corpus*, composto de peças publicitárias em várias formas de veiculação, o que por si só implica a consideração da linguagem como uma atividade sociocultural e como tal, sujeita às pressões do contexto no qual se insere. Adotamos o funcionalismo proposto por Givón (2001) como referencial teórico e buscamos em Marchuschi (2008) e Koch (2007) contribuições acerca das noções de gênero textual. Também recorremos a Carvalho (2003) e Sandmann (2003) para melhor compreendermos a linguagem publicitária e a complexidade do *corpus*, pois

Sendo a linguagem da propaganda até certo ponto reflexo e expressão da ideologia dominante, dos valores em que se acredita, ela manifesta a maneira de ver o mundo de uma sociedade em certo espaço da história [...]. (SANDMANN, 2003, p. 34).

FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

As gramáticas escolares, em geral, registram seus conceitos a partir de exemplos retirados de obras literárias dos clássicos da literatura. Ao analisarmos os conteúdos relacionados às orações subordinadas adverbiais, observamos que o conceito acerca da conjunção **quando** se encerra no uso prototípico da mesma, ou seja, como um elemento que codifica uma oração subordinada adverbial temporal. Bechara (2005) nos diz que uma oração subordinada temporal pode expressar o tempo posterior de modo indeterminado, ou também pode indicar o tempo frequentativo (sempre que).

No entanto, em nosso *corpus* constatamos que a conjunção **quando** também é utilizada na linguagem publicitária numa forma menos prototípica, ou seja, como um elemento que codifica uma oração subordinada com um cruzamento entre o fator temporal e o condicional, ou

até mesmo somente condicional, estabelecendo outras relações semânticas no uso.

Segundo Neves (2000), este fenômeno pode ser atribuído à complexidade que envolve o tempo e o modo verbal em cada oração e as características da própria conjunção:

[...] Outra questão é a existência de relações de tipo lógico-semântico (**causal, condicional, concessiva**) associadas à relação temporal que se estabelece entre **orações**. Também esse tipo de associação é licenciado por um conectivo de valor bem neutro (como o **QUANDO**) e pela natureza do complexo temporal que se estabelece em dependência do tempo e do **modo** verbal empregado em cada uma das **orações** (NEVES, 2000, p. 797).

A gama de sentidos que a conjunção **quando** pode produzir, associada a outros elementos da linguagem publicitária, também encontra respaldo em Borba (1996, p. 42) que em seu dicionário de usos do português nos apresenta as várias acepções para a conjunção **quando**, o que nos revela suas diferentes utilizações, permitindo estabelecer um *continuum* para a verificação de seu uso mais ou menos prototípico, que vai desde a subordinativa temporal até o pronome relativo,

QUANDO Conj [Subordinativa. Temporal] 1 na ocasião em que: [...]2 no momento em que; assim que; logo que [...] 3 sempre que: [...] [Condicional] 4 se:[...]5 desde que; uma vez que; se[...] [Concessiva] 6 apesar de que; ainda que; embora[...] [Tempo. Interrogativo] 7 em que momento ou ocasião: [...] 8 introduz oração interrogativa indireta; o momento ou a ocasião em que[...] [Compl: *de+nome*] 9 por ocasião [...]Pron [Relativo] 10 em que[...].

Mira Mateus et al. (2003, p. 707), ao falarem sobre os tipos de orações condicionais e sua relação com o modo verbal, nos diz que o conector *quando* pode conter os dois valores, o temporal e o condicional.

A oração antecedente é tipicamente iniciada pelos seguintes conectores: *se, caso, no caso de, se porventura*, com o verbo no futuro do conjuntivo; *quando*, também seguido do futuro do conjuntivo, tem um valor condicional e temporal; *contanto que e desde que* são usados com o presente do conjuntivo.

Já ao discorrerem sobre a estrutura interna da oração temporal, as autoras apontam em nota a diversidade de usos do conector **quando**.

Quando, além do valor temporal, pode ter outros valores: (a) temporal e condicional (factual, hipotético e contrafactual conforme os tempos verbais):

(i) O Mário veio quando eu quis; (ii) O Mário virá quando eu quiser, (iii) O Mário teria vindo quando eu quisesse.

(b) temporal e concessivo: (iv) O Ministro negou o conteúdo das acusações quando se sabia que havia provas nesse sentido.

Tendo em vista que elegemos a linguagem em seu uso para a escolha e a análise do *corpus*, o que por si só implica a consideração da linguagem como uma atividade sociocultural e como tal sujeita às pressões do contexto no qual se insere, devemos levar em consideração alguns aspectos inerentes ao *corpus*. Diversos fatores podem provocar transformações, que não estão previstas nas gramáticas normativas, levando a interpretações que se afastam do significado atribuído inicialmente e consagrado no uso através dos tempos. Um deles sem sombra de dúvida é a comunicação, a necessidade de se fazer entender e de se aproximar do interlocutor.

A NOÇÃO DE PROTÓTIPO

A Teoria dos Protótipos surgiu na década de 70, proposta por Eleanor Rosch, em oposição à Teoria Clássica do Significado e da Categorização. De acordo com a abordagem tradicional, os conceitos são definidos por um grupo de condições necessárias e suficientes, ou seja, um determinado elemento no mundo será considerado como pertencente à categoria "X" se, e somente se, possuir os atributos necessários e suficientes que definem a categoria "X".

Cançado (2005, p. 95-96), valendo-se do exemplo do tigre, aponta um grande problema desta abordagem, o fato de que nem todos os falantes concordariam sobre a necessidade e suficiência dos mesmos atributos para defini-lo (ser animal, ter quatro patas, ter listras, ser carnívoro, etc). A autora argumenta que, ainda que todos concordem que estes atributos sejam necessários e suficientes para definir tigre, o que aconteceria se algum tigre nascesse com 3 patas? Deixaria de ser tigre?

A Teoria dos Protótipos prevê que a afiliação a uma categoria natural não pode ser determinada por um único elemento, como numa categoria lógica, mas por um grupo de características potencialmente amplo,

[...] Esse modelo concebe os conceitos como estruturados de forma gradual,

havendo um membro típico ou central das categorias e outros membros menos típicos ou mais periféricos. Por exemplo, na categoria AVE, teremos alguns membros mais centrais ou tópicos, como *periquitos e papagaios*, que têm a maioria das propriedades associadas a aves; e outros mais periféricos como *pinguins*, que possuem um número bem mais reduzido das propriedades que geralmente são associadas a aves. [...] (CANÇADO, 2005, p. 96).

É considerado como protótipo o elemento que possui o maior número de propriedades que caracterizam uma categoria, não impedindo que outros membros que não apresentem todas as características do protótipo continuem a fazer parte desta categoria.

A abordagem gramatical proposta por Givón (2001), embora reconheça a função categorizadora e discretizadora da gramática, atenta para o fato de que a gramática não é 100% regida por regras. Uma posição que vai de encontro a posições extremadas de que as regras da gramática devem ser 100% rígidas ou 100% flexíveis.

Segundo o autor tais posições possuem antecedentes na filosofia e na psicologia, na doutrina essencialista de significado de Platão, em que as categorias de significado são límpidas e discretas, e no pensamento de Ludwig Wittgenstein, para quem o significado é não-discreto. De acordo com essas concepções, as categorias da gramática seriam totalmente discretas ou totalmente distribuídas em um *continuum*.

Segundo Givón (2001), o protótipo surge como um meio-termo empírico na linguística. As propriedades categoriais baseadas em protótipos promovem a junção dos aspectos wittgensteiniano e platônico, permitindo a diferenciação de categorias distintas ao longo do *continuum*.

Essa natureza híbrida permite a adaptação necessária das exigências contraditórias no processamento da informação: a de processar rapidamente categorias muito frequentes e de permitir uma discriminação refinada para categorias menos frequentes.

Os membros mais prototípicos de uma categoria tendem a ser processados automaticamente. Já que eles compreendem a vasta maioria da população [...]. Os membros periféricos e não prototípicos de uma categoria, aqueles que tendem a ocupar o espaço inter-categorial, infestado de ambiguidade, são precisamente os que tendem a ser processados lentamente, na presença, dependendo do contexto. (GIVÓN, 2001, p. 33-34).

Se consideramos que elementos gramaticais, como as conjunções, podem estar, em determinados contextos, neste espaço intercategorial, e que não é possível definir com tanta precisão, como na biologia, a qual classe pertence, talvez possamos, se não atribuir uma dupla classificação, ao menos considerar que este elemento desempenha as funções das duas classes, como em nosso caso, a conjunção **quando**.

A NOÇÃO DE MARCAÇÃO

Segundo Furtado da Cunha (2010), o princípio de marcação surgiu na Escola de Praga e foi aplicado inicialmente na fonologia. Os linguistas perceberam que algumas categorias se distinguem por oposições binárias entre pares contrastivos, como, por exemplo, os fonemas /p/ e /b/ que se opõem quanto à sonoridade. Jakobson foi o responsável pela introdução do tema na morfologia, onde encontramos, por exemplo, oposições relacionadas às categorias de número (em que o plural seria a forma marcada em oposição ao singular) e gênero (em que o feminino é a forma marcada em oposição ao masculino).

As formas não-marcadas tendem a ocorrer com maior frequência na língua, e por possuírem forma mais simples ou menor, em geral, são adquiridas mais precocemente pelas crianças e possuem contextos de ocorrências mais amplos. Porém, a alta ocorrência de uso das formas não marcadas leva a uma automatização dessas formas pelos falantes, levando-as a perder expressividade.

A LINGUAGEM PUBLICITÁRIA

O entendimento de que os elementos que compõem a gramática não são discretos, estanques, nos ajuda a compreender o uso menos prototípico de algumas conjunções, em nosso caso, o **quando**. Segundo Nelly de Carvalho (2003), a linguagem publicitária é caracterizada pelo uso racional da linguagem e possui uma forma de organização que se diferencia de outras mensagens. Por meio de recursos linguísticos ela transforma objetos materiais em *status*, em objetos de desejo.

No intuito de convencer o público-alvo, a publicidade vale-se de uma linguagem extremamente elaborada, mas como ressalta a autora ela não pode se distanciar de termos conhecidos pelos seus interlocutores.

Quanto à escolha do vocabulário, a nível dos signos, deve ser sempre simples, com termos conhecidos e corriqueiros. O que vai valorizá-los e ampliá-los serão as relações que se estabelecem: a polissemia, a oposição, o duplo sentido ou, às vezes um novo sentido para um termo bastante conhecido (CARVALHO, 2003, p. 29).

As escolhas de termos são, em geral, motivadas por intenções sociocomunicativas, e no discurso publicitário esta realidade não é diferente. Muitas vezes é necessário escolher entre termos que são familiares, que causariam pouco impacto, e termos mais distantes do uso habitual, que causariam um impacto mais enfático. Sendo assim, o uso menos prototípico da conjunção vai ao encontro das necessidades do discurso publicitário.

O uso menos prototípico do elemento **quando**, prototipicamente temporal, que encontramos, em muitos casos, no espaço inter-categorial das categorias tempo e condição, parece-nos levar a uma resignificação do elemento. Essa complexidade semântica não prejudica a compreensão da mensagem publicitária. O receptor é capaz de perceber as relações ali presentes, em alguns casos guiados também, por fatores não-verbais. Acreditamos que essa resignificação do elemento seja um caso de marcação, na medida em que cria um impacto discursivo mais enfático e abrangente a partir de um único elemento.

A classificação desses elementos menos prototípicos, como nos fala Givón (2001), demandou um esforço cognitivo maior em nosso estudo e, em muitos casos, tivemos que recorrer ao contexto para conseguir determinar

as relações estabelecidas na oração, assim como nos valer de testes desenvolvidos a partir das definições e observações de autores de gramáticas tradicionais e funcionalistas.

ANÁLISE DO CORPUS

Em nosso estudo encontramos um total de 94 peças publicitárias e 111 ocorrências da conjunção **quando**, que, segundo análises iniciais, apresentam usos diversos, conforme quadro a seguir.

Usos da conjunção	Número de ocorrências
Temporal	49
Tempo/Condição	42
Condicional	10
Outros casos*	10

Quadro 1 – número de ocorrências da conjunção quando

* detectamos 05 ocorrências com aspecto causal, 04 com aspecto concessivo e uma com três aspectos concomitantes: tempo/condição/causa.

A seguir traremos alguns exemplos para ilustrar o exposto.

PROTOTÍPICO



Figura 1 – [Publicidade Correios].

Fonte: Revista Veja, edição 126, 19 ago. de 2009.

A gente entrega [suas encomendas] quando você precisa.

A conjunção **quando** é utilizada em sua forma mais prototípica, ou seja, como uma subordinativa temporal (assim que). Numa abordagem tradicional pode expressar o tempo posterior de modo indeterminado, ou também pode indicar o tempo frequentativo (sempre que), como nos aponta Bechara (2005).

Podemos verificar que outros elementos apontam para o aspecto temporal, como o texto em destaque, "Se for para o mesmo dia [...] será entregue até às 10h do dia seguinte [...]"; e a própria imagem, que sugere a necessidade de uma entrega no menor espaço de tempo possível para que não ocorra um "desastre na cozinha".

MENOS PROTOTÍPICO: O ESPAÇO INTERCATEGORIAL

Segundo Mateus et al. (2003), há uma relação lógica entre as orações condicionais, em que a oração condicional, subordinada, deve ser condição suficiente da oração condicionada, principal; assim como a oração

condicionada deve ser uma consequência necessária da condicional. De acordo com as autoras, as construções condicionais, em sua realização prototípica, são formadas por duas orações em que a oração que exprime a condição é começada por *se* e em que a oração que exprime a consequência pode vir precedida de *então*. Diante disso, formulamos testes para verificarmos se as orações por nós classificadas como condicionais, de fato podem ser consideradas dessa forma. Ressaltamos tratar-se de um teste piloto, que em sua aplicação inicial apresentou resultados satisfatórios, mas que será aplicado a um número maior de ocorrência, para verificarmos a sua eficácia.



Figura 2 – [Outdoor do Sindimármore].

Fonte: Publicidade veiculada em *outdoor* na Grande Vitória, fotografada em 26/04/2004.

Aplicando o teste à oração contida na peça acima, temos:

A (oração condicional, subordinada): quando humilha

B (oração condicionada, principal): o trabalho não dignifica

1º teste: Quando humilha, [então] o trabalho não dignifica

2º teste: B é consequência necessária de A e A é condição suficiente de B?

A proposição de A é condição para que o trabalho deixe de edificar o homem, contrariando o ditado popular, sendo neste caso uma consequência necessária do que é proposto em A.

As marcações de tempo posterior e frequentativo propostas por Bechara (2005) se encaixam, afinal poderíamos interpretar que o trabalho no momento em que, todas as vezes que, depois que, humilha não dignifica, o que mostra o uso prototípico da conjunção **quando**. Porém o ato proposto na oração subordinada parece ter uma força argumentativa maior que temporal, o que podemos recuperar a partir da identificação do anunciante, o sindicato dos trabalhadores do setor de mármore, afinal a função por excelência dos sindicatos é proteger os trabalhadores e lutar por melhores condições de trabalho que combatam o assédio moral que existe em muitas relações trabalhistas.

MENOS PROTOTÍPICO: CONDICIONAL



Figura 3 – [Publicidade Casas Bahia].

Fonte: Revista Veja, edição 2138, 07 nov. de 2009.

Corte de juros é bom quando não sobra nada.

A: quando não sobra nada

B: corte de juros é bom

1º teste: Quando não sobra nada, [então] corte de juros é bom

2º teste: B é consequência necessária de A e A é condição suficiente de B?

Para ressaltar a mensagem apelativa da liquidação das casas Bahia, a peça publicitária ressalta por meio dos antônimos nada e tudo, que todos os produtos estão em promoção e que vale a pena aproveitar as ofertas. Neste contexto, para que a proposição contida em B seja verdadeira é necessário que ocorra o fato proposto em A, que é neste caso condição suficiente de B.

Não identificamos na oração subordinada marcações de tempo em relação à oração principal. Parece-nos que neste exemplo há somente a relação semântica de condicionalidade, pois a oração subordinada estabelece uma condição para que o fato proposto na principal se concretize. Em termos de publicidade, percebemos que o diferencial entre a promoção da anunciante e das outras empresas é o fato de que as condições oferecidas pela mesma levarão a uma queima total de estoque, ou seja, não sobrar nada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] BECHARA, Evanildo. *Moderna gramática portuguesa*. 37. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- [2] BORBA, Francisco da Silva. *Dicionário de usos do português contemporâneo do Brasil*. São Paulo: Ática, 1996.
- [3] CANÇADO, Márcia. *Manual de semântica: noções básicas e exercícios*. Belo Horizonte: UFMG, 2005.
- [4] CARVALHO, Nelly de. *Publicidade: a linguagem da sedução*. 3. ed. São Paulo: Ática, 2003.
- [5] FURTADO DA CUNHA, A. Funcionalismo. In: MARTELOTTA, M. E. (Org.). *Manual de Linguística*. São Paulo: Contexto, 2010, p. 157-176.
- [6] GIVÓN, T. *Syntax*. Amsterdam: John Benjamins, 2001.
- [7] KOCH, Ingedore Villaça; Vanda Maria Elias. *Ler e Compreender: os sentidos do texto*. 2. ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2007.
- [8] MARCHUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- [9] MATEUS, Maria Helena Mira et al. *Gramática da língua portuguesa*. 6. ed. Lisboa: Caminho, 2003.
- [10] NEVES, Maria Helena de Moura. *Gramática de usos do português*. São Paulo: UNESP, 2000.
- [11] SANDMANN, Antônio José. *A linguagem da propaganda*. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2003.